

Gambaran *Social Comparison* Pengguna Fitur *Instastory* pada Aplikasi Instagram di Kalangan Mahasiswa

Andika Bramastha Sudjarwo ¹, Panca Kursistin Handayani ² dan Ria Wiyatfi Linsiya ³

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Jember; bramastha.andika@gmail.com, pikaha_ocha@unmuhjember.ac.id,
ria.wiyatfi@unmuhjember.ac.id

Abstrak: *Instastory* merupakan sebuah fitur yang terdapat dalam aplikasi instagram yang banyak digunakan oleh pengguna aplikasi tersebut, salah satunya yaitu mahasiswa. Umumnya mahasiswa termasuk kategori masa dewasa awal dimana perkembangan diri individu sedang berada di puncaknya dan memiliki rasa kompetisi yang tinggi. Terkadang melalui *instastory* mahasiswa menggunakan orang lain untuk dapat memperoleh pemahaman atas dirinya sendiri. *Social Comparison* merupakan suatu proses perbandingan diri yang dilakukan oleh individu kepada individu lainnya. Individu membandingkan dirinya dikarenakan individu tersebut membutuhkan standar eksternal yang didapatkan dari orang lain sehingga akan menghasilkan suatu penilaian dalam diri individu. Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui mengenai gambaran perilaku *social comparison* mahasiswa pengguna fitur *instastory* pada aplikasi Instagram. Jenis penelitian ini kuantitatif dengan analisis deskriptif. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa yang menggunakan fitur *instastory* di Kabupaten Jember dengan jumlah sampel 349 mahasiswa. Skala yang digunakan yaitu INCOM (Iowa Netherlands Comparison Orientation Scale) yang telah diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia oleh Amelia (2019) (11 item; $\alpha = 0.793$). Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung melakukan *social comparison*. Jika ditinjau dari kedua ability dan opinion, keduanya menunjukkan pada tingkatan kategori tinggi. Melalui *instastory* mahasiswa cenderung melakukan *social comparison* dengan teman sebaya dalam hal lifestyle, kekayaan, pencapaian diri, dan outfits.

Katakunci: Social Comparison; *Instastory*; Mahasiswa

DOI:

<https://doi.org/10.47134/pjp.v1i2.2001>

*Correspondensi: Ria Wiyatfi Linsiya

Email: ria.wiyatfi@unmuhjember.ac.id

Received: 09-12-2023

Accepted: 17-01-2024

Published: 25-02-2024



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: *Instastory* is a feature in the Instagram application which is widely used by users of the application, one of which is students. Generally, students fall into the category of early adulthood where individual self-development is at its peak and they have a high sense of competition. Sometimes through Instagram stories students use other people to gain an understanding of themselves. *Social Comparison* is a process of self-comparison carried out by individuals with other individuals. Individuals compare themselves because these individuals need external standards obtained from other people so that it will produce an assessment within the individual. This research aims to find out about the social comparison behavior of students who use the Instagram story feature on the Instagram application. This type of research is quantitative with descriptive analysis. The population in this research is students who use the Instagram story feature in Jember Regency with a total sample of 349 students. The scale used is INCOM (Iowa Netherlands Comparison Orientation Scale) which has been translated into Indonesian by Amelia (2019) (11 items; $\alpha = 0.793$). The research results show that students tend to carry out social comparisons. If we look at both ability and opinion, both show a high category level. Through Instagram stories, students tend to make social comparisons with their peers in terms of lifestyle, wealth, personal achievements and outfits.

Keywords: Social Comparison; *Instastory*; Student

Pendahuluan

Hasil Survey yang dilakukan oleh APJJI (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2018 menyatakan bahwa 87,13% Pengguna Internet di Indonesia

mengakses media sosial (Nur Insani et al., 2019). Media sosial sendiri memiliki bermacam-macam aplikasi salah satunya yaitu Instagram. Jumlah pengguna Instagram saat ini menembus angka 600 juta pengguna, salah satu fitur yang kini sedang digandrungi yaitu fitur Instagram story atau lebih dikenal dengan sebutan instastory (Taqwa, 2018). Fitur Instastory sendiri merupakan fitur yang sering digunakan oleh pengguna Instagram untuk mengunggah sebuah foto atau video dengan durasi waktu terbatas. Fitur ini memiliki banyak keunggulan sehingga saat ini instastory lebih digemari oleh pengguna Instagram karena fitur Instastory bersifat natural, aktual dan mudah diakses (Nur Insani et al., 2019).

Penggunaan Instastory saat ini cukup tinggi yaitu berada diangka 200 juta pengguna, termasuk pada kalangan mahasiswa yang memasuki masa dewasa awal (Taqwa, 2018). Mahasiswa dapat dikatakan masuk masa dewasa awal karena pada umumnya mahasiswa berada pada rentang usia 18-25 tahun (Hulukati & Djibran, 2018). Mahasiswa gemar menggunakan Instastory karena ingin membagikan momen apapun yang ada di sekitarnya, dimana mereka menghabiskan waktu 32 menit per hari untuk bermain Instastory (Taqwa, 2018). Hal tersebut diungkapkan oleh subjek yang merupakan mahasiswa, dimana subjek mengaku bahwa dirinya sering mengunggah atau menonton konten melalui Instastory seperti membagikan aktivitas, pencapaian sebagai Self-Reward, dan masih banyak hal lainnya. Menurut (Santrock, 2012) pada masa dewasa awal ini merupakan masa transisi dari masa remaja menuju dewasa dimana perkembangan individu sebagai manusia juga sedang berada dipuncak, sehingga adanya keinginan individu untuk menjadikan dirinya sebagai yang terbaik. Sehingga bagi individu yang memasuki masa dewasa awal ini sejatinya Instagram dapat menjadi salah satu media untuk mengeksplorasi diri (Hasnati & Aviani, 2020).

Pada usia ini merupakan masa untuk mencari jati dirinya, salah satunya dengan menggunakan media sosial (Taqwa, 2018). Subjek mengungkapkan saat memiliki waktu luang, mereka mengisinya dengan bermain Instastory untuk melihat konten yang diunggah oleh teman-temannya. Terkadang dari bermacam-macam konten yang dibagikan oleh teman-temannya tersebut menjadikan motivasi bagi subjek untuk berbenah diri. Namun, tak sedikit juga yang mengaku bahwa dampak dari kegiatan tersebut menimbulkan adanya perasaan negatif dalam dirinya yang ditimbulkan setelah subjek melihat Instastory teman-temannya yang dianggapnya telah sukses karena telah memiliki pekerjaan. Menurut (Hurlock, 2009) salah satu tugas perkembangan pada dewasa awal yaitu memiliki sebuah pekerjaan. Pada hakikatnya perbedaan tersebut dapat menjadi sebuah dorongan bagi individu untuk dapat meningkatkan dirinya, namun tak sedikit juga individu yang mengaku bahwa melihat perbedaan tersebut menimbulkan perasaan negatif dalam dirinya. Hal tersebut terjadi dikarenakan fitur Instastory dalam aplikasi Instagram dapat menjadi sebuah pemicu seseorang untuk melakukan *social comparison* (Elmer, 2020).

Festinger (dalam (Hasanati & Aviani, 2020), mendefinisikan bahwa social comparison merupakan proses subyektif seseorang membandingkan kemampuan dengan orang lain yang berada dalam lingkungannya untuk membangun suatu acuan untuk membuat evaluasi yang kurang akurat mengenai dirinya sendiri. Lingkungan merupakan salah satu faktor yang membuat individu melakukan social comparison, sehingga hal tersebut yang melatarbelakangi timbulnya sebuah motif dalam individu dengan keinginan untuk dapat meningkatkan dirinya, mengevaluasi diri, atau melakukan perbaikan diri

untuk menjadi lebih baik (Jones, 2001). Dalam hal ini Festinger menetapkan bahwa terdapat dua aspek pada social comparison, diantaranya yaitu ability dan opinion (Gibbons & Buunk, 2006).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hasanati & Aviani (2020) menunjukkan bahwa pengguna Instagram yang telah masuk dewasa awal ini memiliki kemampuan yang baik dalam memandang kehidupannya, dibuktikan dengan rendahnya perilaku social comparison yang dilakukan oleh subjek dalam hal membandingkan kemampuannya dengan orang lain melalui media Instagram. Sedangkan penelitian (Rahmadiyanti et al., 2020) yang menemukan bahwa dewasa awal sebagai subjek dalam penelitian tersebut memiliki social comparison yang sangat rendah, sehingga sebagian besar subjek dalam penelitian tersebut sangat rendah dalam membandingkan dirinya dengan orang lain. Namun, berdasarkan fenomena yang ditemukan peneliti dan diperkuat dengan data wawancara menunjukkan bahwa Mahasiswa yang telah masuk masa dewasa awal ternyata sering melakukan social comparison dengan orang lain di media sosial Instagram melalui fitur Instastory. Hal tersebut menyebabkan mahasiswa seperti merasa tidak percaya diri, rendah diri, dan tidak mampu mencintai diri sendiri (Gerber, 2018).

Berdasarkan pembahasan social comparison yang telah diuraikan, menjadi awal dari ketertarikan penulis untuk membahas lebih dalam terkait topik permasalahan tersebut di kalangan mahasiswa sebagai pengguna aplikasi Instagram yang menggunakan fitur instastory. Mengingat jumlah pengguna aplikasi Instagram Khususnya pada fitur instastory ini cukup tinggi di kalangan mahasiswa sehingga penelitian ini sangat penting untuk dilakukan (Mancini, 2018). Karena pada faktanya ditemukan bahwa salah satu faktor yang menyebabkan individu melakukan social comparison, yaitu lingkungan pertemanan di Instagram mereka. Dimana konten yang diunggah oleh orang lain mengenai pencapaian mereka dapat berakibat buruk seperti adanya rasa rendah diri serta perasaan-perasaan negatif lainnya bagi individu yang melihatnya. Saat proses social comparison terjadi maka individu menyadari bahwa terdapat perbedaan antara dirinya dengan orang lain yang ada di dalam lingkungan sosialnya, sehingga hal tersebut dapat menimbulkan adanya rasa kompetisi dengan individu lain yang berujung menjadi sebuah tekanan dan menimbulkan ketidaknyamanan dalam diri individu (Iankova, 2019). Dalam hal ini peneliti meyakini bahwa demografi serta karakteristik sampel tentunya dapat mempengaruhi hasil daripada penelitian ini, sehingga, dengan dilakukannya penelitian ini dapat memberikan kebaruan informasi dan manfaat kepada mahasiswa selaku pengguna Instagram khususnya pada fitur instastory.

Metode

Jenis penelitian ini kuantitatif dengan menggunakan analisis deskriptif untuk dapat menggambarkan social comparison pada mahasiswa pengguna instastory pada aplikasi Instagram. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa yang menggunakan fitur instastory pada aplikasi Instagram di Kabupaten Jember. Populasi ini tidak terbatas karena tidak diketahui berapa banyak jumlah mahasiswa yang menggunakan Instagram, sehingga penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan acuan dari rumus Isaac & Michhael dengan taraf kesalahan sebesar 5% yang berjumlah 349 orang (Sugiyono, 2013). Penelitian ini menggunakan Teknik non-probability sampling menggunakan purposive

sampling dengan karakteristik sampel yang akan dipilih oleh peneliti diantaranya mahasiswa laki-laki dan perempuan yang berusia 18-25 tahun, memiliki akun instagram dan Pengguna fitur instastory.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini mengadaptasi Skala INCOM (Iowa Netherlands Comparison Orientation Scale) milik (Gibbons & Buunk, 1999) yang telah diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia oleh (Amelia, 2019). Skala ini terdiri dari 11 item dan terbukti menjadi suatu alat ukur yang sangat baik untuk digunakan dikarenakan realibilitas dari skala ini terbukti tinggi sebesar 0,82.

Pengambilan data pada penelitian ini memakan waktu 7 hari pada tanggal 11 – 17 Agustus 2023 dengan cara menyebarkan kuisioner menggunakan Google Form kepada populasi mahasiswa yang dilakukan secara online melalui berbagai platform media sosial dan secara offline menggunakan scan barcode dengan mengunjungi tempat umum yang banyak dikunjungi mahasiswa.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa uji validitas skala *social comparison* menunjukkan nilai R koefisien korelasi (r_{xy}) valid dari r hitung $\geq r$ tabel berkisar antara 0.300 sampai dengan 0.717 dan nilai Sig. (2-tailed) 0.001 yang berada pada taraf kesalahan 5%. Kemudian dilakukan uji realibilitas dan diperoleh nilai koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0.793 artinya skala INCOM (Iowa Netherlands Comparison Orientation Scale) dikatakan reliabel dikarenakan nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,60$, sehingga alat ukur dapat digunakan untuk dilakukannya penelitian. Berdasarkan hasil uji normalitas menunjukkan bahwa hasil yang didapat *asym. Sig (2 tailed)* sebesar 0.001. Hal ini menunjukkan bahwa data pada skala *social comparison* dinyatakan tidak berdistribusi normal sehingga dapat diartikan bahwa data dalam penelitian ini tidak tersebar secara merata dan hanya berlaku pada populasi penelitian ini serta tidak dapat digunakan untuk populasi lainnya.

Tabel 1. Hasil *descriptive statistic social comparison*

Variabel	N	Mean	Std. Deviation	Maksimum	Mininum
<i>Social Comparison</i>	349	35	8	12	51

Dalam penelitian ini menggunakan bantuan *SPSS versi 29 for Windows* untuk mencari *mean* atau nilai rata-rata. Sehingga ditemukan nilai tertinggi berada di angka 51 dan nilai terkecil berada di angka 12 dari 349 mahasiswa pengguna fitur *instastory* di kabupaten Jember sehingga nilai mean yang didapat yaitu sebesar 35.

Tabel 5. Hasil Kategorisasi Secara Keseluruhan

Variabel	Interval Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
<i>Social Comparison</i>	$X \geq 35$	Tinggi	180	52%
	$X < 35$	Rendah	169	48%
	Total		349	100 %

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa mahasiswa cenderung melakukan *social comparison* tingkat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa melalui *instastory* mahasiswa cenderung membandingkan dirinya dengan orang lain. Umumnya *instastory* sebagai media bagi individu untuk berkreasi atau berbagi kesenangan dengan orang lain secara *online*. Namun, saat individu melihat *instastory* kemudian menemukan

adanya perbedaan yang signifikan antara dirinya dengan orang lain maka individu cenderung akan membandingkannya (Festinger, 1954).

Tabel 6. Hasil Kategorisasi Berdasarkan Aspek

Aspek	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
Ability	$X \geq 19$	Tinggi	178	51%
	$X < 19$	Rendah	171	49%
	Total		349	100%
Opinion	$X \geq 16$	Tinggi	197	56%
	$X < 16$	Rendah	152	44%
	Total		349	100%

Jika dilihat dari aspek *social comparison* maka ditemukan bahwa aspek *ability* tergolong dalam kategori tinggi. Dalam penelitian yang dilakukan (Vogel et al., 2014) saat individu melihat adanya suatu perberbedaan antara dirinya dengan orang lain maka individu akan mengembangkan perasaan rendah diri (Li, 2018). Perilaku *social comparison* yang dilakukan individu menyebabkan dirinya merasa tidak mampu menyamai dengan apa yang orang lain miliki, sehingga individu merasa tidak nyaman dan merasa malu dengan orang lain yang ada disekitarnya karena perbedaan tersebut.

Kemudian pada aspek *opinion* dalam *social comparison* dalam penelitian ini tergolong dalam kategori tinggi, hal ini diperkuat dengan fenomena yang ditemukan peneliti dimana mahasiswa kurang percaya diri atas pendapatnya sendiri sehingga pendapatnya akan cenderung berubah menyamai temanya yang lain (Allcott, 2019). Sejalan dengan pendapat Festinger yang menyatakan bahwa jika pendapat individu berbeda dengan pendapat orang lain, maka memiliki kecenderungan individu mengubah pendapatnya agar mendekati pendapat orang lain (Gibbons & Buunk, 2006).

Tabel 7. Kategorisasi Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
Laki – laki	$X \geq 36$	Tinggi	75	49%
	$X < 36$	Rendah	77	51%
	Total		152	100%
Perempuan	$X \geq 34$	Tinggi	115	58%
	$X < 34$	Rendah	82	42%
	Total		197	100%

Hasil penelitian juga menunjukan jika ditinjau dari jenis kelamin mahasiswa perempuan cenderung melakukan *social comparison* dengan teman sebayanya yang dilihat melalui instastory (Tiggemann, 2018). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sari & Suarya, 2018) yang menemukan bahwa perempuan memiliki tingkat perbandingan sosial yang lebih tinggi dibandingkan dengan laki-laki. Namun, tidak menutup kemungkinan bahwa laki-laki juga dapat melakukan *social comparison* dengan orang lain yang dianggap memiliki persamaan dengan dirinya (Darmawan & Agustina, 2022).

Tabel 8. Kategorisasi Berdasarkan Usia

Rentang Usia	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
18 - 22 Tahun	$X \geq 35$	Tinggi	98	57%
	$X < 35$	Rendah	73	43%
	Total		171	100%

23 - 25 Tahun	$X \geq 34$	Tinggi	92	52%
	$X < 34$	Rendah	86	48%
	Total		178	100%

Hasil penelitian jika ditinjau dari usia, dimana pada umumnya mahasiswa tergolong dalam kategori masa dewasa awal, dimana mereka cenderung melakukan *social comparison* melalui *instastory* dikarenakan dalam usia ini merupakan masa peralihan dari masa remaja menuju dewasa (Santrock, 2012). Perkembangan individu juga sedang berada di puncak dan memiliki keinginan berkompetisi untuk dapat menjadi yang terbaik dan cenderung melakukan *social comparison* apabila terdapat perbedaan antara dirinya dengan orang lain yang berujung mengurangi kebahagiaan individu karena perbandingan yang negative yang dilakukannya (Baun et al., 2023).

Tabel 9. Kategorisasi Berdasarkan Intensitas Penggunaan Instastory

Intensitas	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
<1 Jam/ hari	$X \geq 18$	Tinggi	4	44%
	$X < 18$	Rendah	5	56%
	Total		9	100%
1 – 2 jam/ hari	$X \geq 33$	Tinggi	28	56%
	$X < 33$	Rendah	22	44%
	Total		50	100%
3 – 4 jam/ hari	$X \geq 36$	Tinggi	93	58%
	$X < 36$	Rendah	68	42%
	Total		161	100%
≥ 4 jam/ hari	$X \geq 35$	Tinggi	63	49%
	$X < 35$	Rendah	66	51%
	Total		129	100%

Apabila ditinjau berdasarkan intensitas mahasiswa menggunakan *instastory* dimana dapat diketahui bahwa mahasiswa yang melakukan *social comparison* dalam sehari dapat menghabiskan waktu 1 – 2 jam hingga 3 – 4 jam dalam sehari. Dikarenakan individu menggunakan *instastory* dalam waktu yang lama, maka secara tidak langsung dirinya akan melakukan *social comparison* dengan orang lain (Donaghey, 2018). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh taqwa (2018) bahwa umumnya mahasiswa dapat menghabiskan waktu 32 menit dalam sehari untuk bermain *instastory* dan juga terbukti bahwa tingkat intensitas penggunaan *instastory* berpengaruh terhadap kesehatan mental seseorang karena saat individu bermain *instastory* dalam waktu yang cukup lama individu rentan sekali mengalami depresi (Barac & Maekawa, 2017).

Tabel 10. Kategorisasi Berdasarkan Aktivitas yang Sering dilihat Melalui Instastory

Aktivitas	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
Lifestyle	$X \geq 32$	Tinggi	64	54%
	$X < 32$	Rendah	54	46%
	Total		118	100%
Kekayaan	$X \geq 37$	Tinggi	40	58%
	$X < 37$	Rendah	29	42%
	Total		69	100%

Pencapaian diri	$X \geq 39$	Tinggi	51	60%
	$X < 39$	Rendah	34	40%
	Total		85	100%
Kemampuan diri	$X \geq 33$	Tinggi	11	58%
	$X < 33$	Rendah	8	42%
	Total		19	100%
Career	$X \geq 35$	Tinggi	10	45%
	$X < 35$	Rendah	12	55%
	Total		22	100%
Outfits	$X \geq 32$	Tinggi	19	53%
	$X < 32$	Rendah	17	47%
	Total		36	100%

Hasil penelitian yang telah dilakukan jika ditinjau dari aktivitas yang sering dilihat mahasiswa melalui *instastory* menunjukkan bahwa melalui *instastory* mahasiswa cenderung membandingkan *lifestyle*, kekayaan, kemampuan diri mereka, pencapaian diri, dan juga *outfits* (de Vries, 2018). Namun tidak dengan *career*, hal ini disebabkan berdasarkan fenomena yang di temukan bahwa melalui *instastory* mahasiswa hanya sebatas membandingkan pencapaian dirinya dengan teman sebayanya yang lebih dahulu lulus kuliah kemudian mendapatkan pekerjaan. Hal ini diperkuat berdasarkan penelitian (Putri, 2012) yang menyatakan di usia 20 tahun sebagian orang merasa senang jika memperoleh pekerjaan, walaupun pekerjaan tersebut tidak seluruhnya menyenangkan karena dengan memiliki pekerjaan tentunya dapat memiliki penghasilan yang dapat memberikan kebebasan individu untuk menjalani hidup (Reer, 2019; Verduyn, 2020). Sehingga pada usia ini mahasiswa tidak mementingkan karir namun hanya menginginkan kebebasan dalam menjalankan kehidupannya ketika telah memiliki pekerjaan serta penghasilan.

Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang berada di Kabupaten Jember sebagai pengguna media sosial Instagram cenderung melakukan social comparison dengan orang lain melalui fitur *instastory*. Jika ditinjau berdasarkan aspek social comparison kedua aspek sama-sama tergolong dalam kategori tinggi dibuktikan pada aspek ability mencapai persentase sebesar 51% dan aspek opinion mencapai 56%. Mahasiswa yang tergolong dalam usia dewasa awal cenderung melakukan social comparison dengan teman sebayanya melalui *instastory* dalam hal *lifestyle*, kekayaan, pencapaian diri, dan *outfits*. Bagi peneliti yang tertarik mengangkat tema social comparison diharapkan dapat mengembangkan terkait karakteristik sampel yang berbeda seperti pengguna Tiktok atau dapat juga mengubungkan dengan variabel lainnya.

Daftar Pustaka

Allcott, H. (2019). The welfare effects of nudges: A case study of energy use social comparisons. *American Economic Journal: Applied Economics*, 11(1), 236–276. <https://doi.org/10.1257/app.20170328>

- Amelia, G. A. (2019). *Pengaruh Social Comparison Terhadap Life Satisfaction Pada Remaja Akhir Yang Menggunakan Instagram*.
- Barac, N. E., & Maekawa, I. (2017). Instaenvy: The role of social comparison orientation in the relationship between exposure to Instagram and the emotion of envy. *Department of Applied Information Technology, University of Gothenburg*.
- Baun, I. P., Nugraheni, M., & Rahayu, M. (2023). *Hubungan Social Comparison Dengan Self Esteem Pada Emerging Adult di Kota Kupang Yang Mengakses Media Sosial*.
- Darmawan, & Agustina. (2022). Peran Perbandingan Sosial Terhadap Ketidakpuasan Tubuh pada Perempuan Pengguna Instagram. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 6(2).
- de Vries, D. A. (2018). Social Comparison as the Thief of Joy: Emotional Consequences of Viewing Strangers' Instagram Posts. *Media Psychology*, 21(2), 222–245. <https://doi.org/10.1080/15213269.2016.1267647>
- Donaghey, J. (2018). When Industrial Democracy Meets Corporate Social Responsibility — A Comparison of the Bangladesh Accord and Alliance as Responses to the Rana Plaza Disaster. *British Journal of Industrial Relations*, 56(1), 14–42. <https://doi.org/10.1111/bjir.12242>
- Elmer, T. (2020). Students under lockdown: Comparisons of students' social networks and mental health before and during the COVID-19 crisis in Switzerland. *PLoS ONE*, 15(7). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0236337>
- Festinger, L. (1954). *A Theory of Social Comparison Processes*.
- Gerber, J. P. (2018). A social comparison theory meta-analysis 60+ years on. *Psychological Bulletin*, 144(2), 177–197. <https://doi.org/10.1037/bul0000127>
- Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. (1999). Individual Differences in Social Comparison: Development of A Scale of Social Comparison Orientation. *Journal Of Personality and Social Psychology*, 76(1), 129–142.
- Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. (2006). Individual Differences in Social Comparison: Development of A Scale of Social Comparison Orientation. *Journal Of Personality and Social Psychology*.
- Hasanati, U., & Aviani, Y. I. (2020). Hubungan Social Comparison Dengan Self-Esteem Pada Pengguna Instagram. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(3).
- Hulukati, W., & Djibrin, M. R. (2018). Analisis Tugas Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Bikotetik*, 02(01), 73–80.
- Hurlock, E. B. (2009). *Psikologi Perkembangan. Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Erlangga.
- Iankova, S. (2019). A comparison of social media marketing between B2B, B2C and mixed business models. *Industrial Marketing Management*, 81, 169–179. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2018.01.001>
- Jones, D. C. (2001). Social comparison and body image: Attractiveness comparisons to models and peers among adolescent girls and boys. *Sex Roles: A Journal of Research*, 45(9–10), 645–664.

- Li, Y. (2018). Seeking and sharing health information on social media: A net valence model and cross-cultural comparison. *Technological Forecasting and Social Change*, 126, 28–40. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.07.021>
- Mancini, L. (2018). Social impact assessment in the mining sector: Review and comparison of indicators frameworks. *Resources Policy*, 57, 98–111. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2018.02.002>
- Nur Insani, C., Rahmat Hidayat, D., & Zulfan, I. (2019). *Pemanfaatan Insta Story Dalam Aktivitas Jurnalistik Oleh Majalah Gadis*.
- Putri, S. A. P. (2012). Karir Dan Pekerjaan Di Masa Dewasa Awal Dan Dewasa Madya. *Majalah Ilmiah Informatika*, 3(3).
- Rahmadiyah, A., Munthe, R. A., & Aiyuda, N. (2020). Social Comparison Dengan Ketidakpuasan Bentuk Tubuh Pada Remaja Perempuan. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 1(1), 11.
- Reer, F. (2019). Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out. *New Media and Society*, 21(7), 1486–1505. <https://doi.org/10.1177/1461444818823719>
- Santrock, J. W. (2012). *Life Span Development: Perkembangan Masa Hidup Jilid I* (B. Widayanta, Trans.). Penerbit Erlangga.
- Sari, I. A. W. P., & Suarya, L. M. S. (2018). Hubungan antara social comparison dan harga diri terhadap citra tubuh pada remaja perempuan. *Jurnal Psikologi Ilmiah*, 5(2), 265–277.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Taqwa, M. I. (2018). *Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Stories Dengan Kesehatan Mental*.
- Tiggemann, M. (2018). The effect of Instagram “likes” on women’s social comparison and body dissatisfaction. *Body Image*, 26, 90–97. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.07.002>
- Verduyn, P. (2020). Social comparison on social networking sites. *Current Opinion in Psychology*, 36, 32–37. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.04.002>
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social Comparison, Social Media, And Self-Esteem. *Psychology Of Popular Media Culture*, 3(4), 206.